

Google refuerza su posición como el mayor medio del mundo, Facebook se convierte en el medio con mayor crecimiento del Top 30 mundial de ZenithOptimedia

El dominio de Google como el mayor medio del mundo ha crecido, aumentando así la distancia ya existente con su competidor más cercano durante este último año. Según el nuevo informe *El Top 30 de los Medios 2015*, Google es ahora un 136% más grande que el segundo (Disney), un 115% más que el año pasado. Es incluso más grande que el segundo y tercero (Comcast) juntos.

El informe *El Top 30 de los Medios 2015* es un ranking único de las mayores compañías de medios teniendo en cuenta sus ingresos por medios, según estimaciones de ZenithOptimedia. El informe se lanzó en 2007 y el último se publicó en 2014. ZenithOptimedia define los ingresos por medios como todos aquellos ingresos que derivan de la publicidad, para determinar así que compañías son más importantes para la industria del marketing.*

Google se ha beneficiado del incremento de las ventas de *smartphones* y *tablets*, poniendo a disposición de los consumidores, estén donde estén, su función básica “buscar”, especialmente útil para compradores que buscan comparar precios, y ha permitido a los consumidores ver contenido cuándo y dónde querían. Esto ha hecho surgir nuevas oportunidades en *display* para dirigirse a los consumidores, otro componente importante del negocio de Google. Pero el mayor beneficiario de la transición al móvil ha sido Facebook, que se ha convertido en el medio con el crecimiento más rápido dentro del Top 30 de los medios. Los ingresos de Facebook crecieron un 63% el año pasado. Facebook ha adoptado activamente la tecnología móvil para animar a sus usuarios a que visiten la página periódica y frecuentemente a lo largo del día, mientras diseñan su publicidad para que se combine de manera perfecta con el contenido. Facebook ocupa la décima posición en nuestro ranking.

Baidu es la siguiente compañía, en términos de rapidez de crecimiento, el equivalente de Google en China, que creció más de un 43% durante el año. El crecimiento de Baidu se debe al rápido desarrollo del mercado publicitario chino, así como también a las mejoras en sus motores de búsqueda, y es ahora el 14^{avo} mayor medio del mundo, por delante de sus rivales digitales Yahoo! (en la posición 18) y Microsoft (en la 21).

El tercero es Grupo Globo, el mayor medio de Brasil, y sus ingresos han crecido anualmente un 15%. Como Baidu, Globo se ha beneficiado de su presencia en un mercado emergente y de rápido crecimiento, pero las recientes dificultades económicas en Brasil posiblemente limitarán un mayor crecimiento a corto plazo.

Existe solo otro medio en nuestro top 30, basado en un mercado emergente, y es la CCTV: la televisión estatal china. La CCTV responde a un cuarto de la inversión publicitaria en televisión en China, la tercera mayor del mundo, y se ha más que triplicado en tamaño en la última década. La televisión china se enfrenta ahora a una fuerte competencia con los presupuestos en publicidad de vídeo online y medios digitales, y también le costará aumentar sus ingresos procedentes de su actividad principal.

Hay cinco medios únicamente digitales en nuestro top 30, Google, Facebook, Baidu, Yahoo! y Microsoft. Entre los cinco han generado 71 miles de millones de US\$ en ingresos por medios, lo que representa el 68% de la inversión publicitaria digital mundial, un 67% más de lo previsto en nuestro anterior informe. El poder en el mercado publicitario digital se concentra en algunas plataformas grandes y cada vez está más concentrado.

“El rápido crecimiento de los medios digitales y los mercados emergentes publicitarios ha consolidado la posición de los medios como Google, Facebook, Baidu y Globo, a costa de los medios tradicionales en los mercados desarrollados,” opina Jonathan Barnard, el Jefe de Previsiones de ZenithOptimedia. “Los top medios digitales mantienen en la actualidad un fuerte control en el mercado publicitario digital, pero se enfrentan a la amenaza constante de ser reemplazados por innovaciones desestabilizadoras. Aunque algunos medios en los mercados emergentes van a tener que hacer frente a desafíos durante la ampliación de sus negocios a corto plazo, nosotros esperamos que en los próximos años estén presentes en el top 30.”

*** Definición de ingresos por medios**

ZenithOptimedia define los ingresos por medios como todo aquel ingreso que provenga de la publicidad, televisión, prensa, internet, redes sociales, etc. Estos incluyen no solo los ingresos por publicidad si no también todos los ingresos generados por otros negocios, como ingresos por tirada en periódicos y revistas. Esto proporciona una clara descripción de la medida y poder de negociación de los mayores medios a nivel mundial con los que tienen que tratar los anunciantes y las agencias. El informe abarca el año fiscal 2013, que es el último año para el que tenemos cifras de los ingresos coherentes de todas las empresas enumeradas públicamente.

Como novedad, en esta edición hemos afinado más en la definición de ingresos por medios para excluir la simple distribución de contenido de un tercero. Esto significa que para los proveedores de TV de pago, solo incluimos ingresos por contenido en el que venden publicidad, la parte de su negocio que es importante a efectos de marketing. La clasificación para la edición de este año es por lo tanto bastante diferente de la que presentamos en ediciones anteriores.

Ranking de El Top 30 de los Medios 2015

Rank	Medio	Rank	Medio
1	Google	16	Asahi Shimbun Company
2	Walt Disney Company	17	Grupo Globo
3	Comcast	18	Yahoo!
4	21st Century Fox	19	Fuji Media Holdings
5	CBS Corporation	20	CCTV
6	Bertelsmann	21	Microsoft
7	Viacom	22	Hearst Corporation
8	Time Warner	23	JC Decaux
9	News Corp	24	Yomiuri Shimbun Holdings
10	Facebook	25	Mediaset
11	Advance Publications	26	Axel Springer
12	iHeartMedia	27	ITV plc
13	Discovery	28	ProSiebenSat.1
14	Baidu	29	NTV
15	Gannett	30	Sanoma

Para más información, por favor, póngase en contacto con:

Silvia Malumbres

Directora de Marketing y Comunicación

E-mail: silvia.malumbres@zenithmedia.es

David Esquinas

Director de Recursos Estratégicos y Comunicación

Tel: 91 308 05 40

E-mail: david.esquinas@optimedia.es

ZenithOptimedia: una de las mayores redes de agencias de medios del mundo, con más de 7.500 empleados repartidos en 262 oficinas en 74 países. Formamos parte de Publicis Groupe, el tercer mayor grupo de comunicaciones del mundo, y el segundo mayor grupo de agencias de medios mundial. Siendo la primera agencia en aplicar un enfoque riguroso y objetivo para mejorar la efectividad de la inversión en marketing, ZenithOptimedia proporciona a sus clientes el mejor retorno posible de sus inversiones en comunicación. Esta filosofía está respaldada por un enfoque único de desarrollo de la estrategia y de implementación en todo el espectro de puntos de contacto del *paid, owned* y *earned*, el proceso de planificación Live ROI. El Grupo ZenithOptimedia dota a nuestros clientes con una gran variedad de habilidades integradas a través de planificación estratégica, optimización del valor, rendimiento de los medios y creación de contenido. Nuestros clientes más importantes son Aviva, Bacardi Martini, Clarins, Kering, Lactalis, L'Oréal, LVMH, Nestlé, Oracle, Reckitt Benckiser, Richemont Groupe, SCA, Sanofi, Toyota y 21st Century Fox.

Sobre El Top 30 de los Medios

El Top 30 de los Medios de ZenithOptimedia ofrece un ranking completo del Top 30 de los medios a nivel mundial tal y como les define ZenithOptimedia en su ranking único. Cada entrada describe su actividad principal y sus evoluciones más recientes; enumera las propiedades de los medios, y ofrece información financiera, incluyendo los ingresos totales, los ingresos por medios y un desglose de ingresos por medios por división siempre que los datos estén disponibles.

El precio de *El Top 30 de los Medios* es de 295 libras esterlinas. Para pedir una copia impresa o una copia electrónica, visita la web www.zenithoptimedia.com.